



DIGI REP
COLLABORATIVE SYNERGY

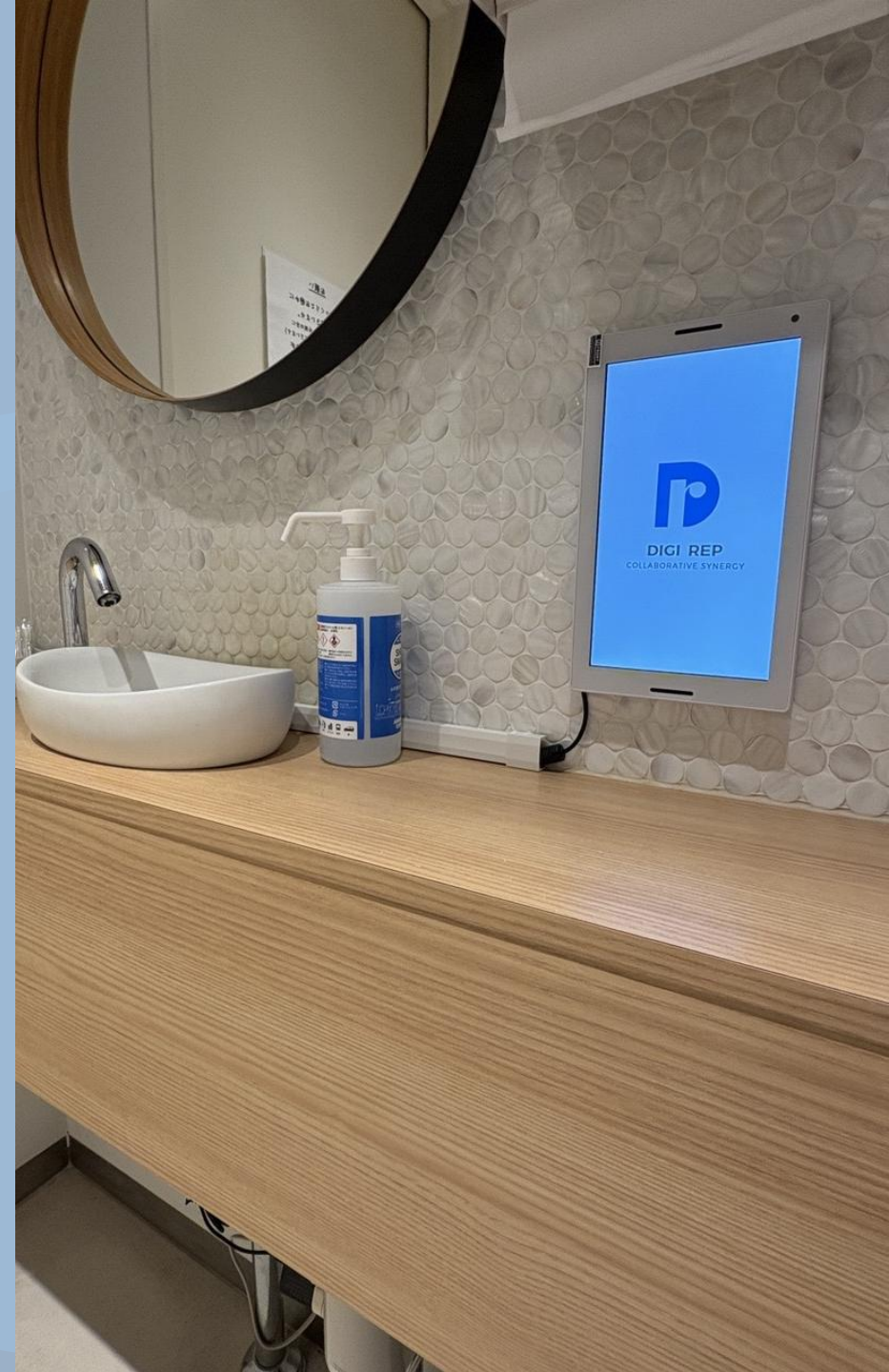
MEDIA PROPOSAL

個室トイレサインージ

広告媒体のご提案

飲食店の個室トイレという「1対1・閉鎖空間」で、
人前では見たくないデリケート商材を“確実に”届ける。

デジレップ株式会社



なぜ「個室トイレ」が最も濃い広告空間なのか

「何人に見られるか」ではなく、「何分の強制視聴が、同じ人に何度届くか」。



1対1の完全な専有空間

個室に入った瞬間、視聴者はただ1人。
テレビやSNSのように、他のコンテンツと注意を奪い合う
ことはありません。



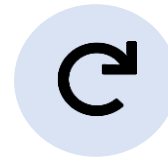
半強制的な視認環境

用を足す数十秒～数分、視線の先にあるのは画面のみ。
スキップもスクロールもされない、確実な接触が成立し
ます。



人目を気にせず見られる

AGA・美容医療・マッチング・コンプレックス商材
ネガティブ商材など、人前では見たくない商材こそ、
誰も見ていない個室で深く刺さります。



リピーターへの反復到達

飲食店は再来店が前提。
同じ来店者へ繰り返し配信でき、記憶への定着とブラ
ンド想起を積み上げられます。

SNS広告とは、そもそも目的が違う

比べる土俵が違う。SNSは「広く浅く」、トイレサインージは「狭く、深く、繰り返し」。

SNS広告

視聴数	多い
視聴時間	2～3秒で離脱
接触回数	少ない／流れる
視聴環境	ながら見・情報過多
強制視聴	なし(スキップ可)

トイレサインージ

視聴数	絞られる
視聴時間	2～3分の滞在
接触回数	リピーターに反復
視聴環境	1対1・閉鎖空間
強制視聴	あり(逃げ場なし)

売っているのは「視聴数」ではなく、視聴の濃さ



強制視聴

個室という閉鎖空間。
スキップも離脱もできない、
逃げ場のない数分間。



長時間接触

平均2～3分の滞在。
1対1で、周囲に競合情報がない
濃密な視聴環境。



反復接触

飲食店の行きつけ客に何度も
再生。同じ人への複数接触で
記憶に定着。



態度変容

認知→興味→利用意欲へ。
コンプレックス商材ほど
効く検討の喚起。

従来オフライン広告の、上位互換

従来オフライン広告

本当に見られたか分からない。効果が可視化できない。

デジレップのサイネージ

確実に見られる。視聴数も把握できる。個室空間の1対1で濃密に届く。

視聴単価は他のオフライン広告と比べるとやや高い。だが1対1の環境で「確実な認知」と「視聴の可視化」が取れる。プライベート空間×複数接触×低ノイズの環境がそれを正当化する。

電車広告・タクシー広告と、何が違うか



電車広告

視認はされるが周囲の情報量が多く、1対1にならない。



タクシー広告

1対1に近いが、そもそも視聴人数(母数)が少ない。



トイレサインージ

閉鎖空間・1対1・強制視聴。さらに飲食店のリピート客に反復接触。

設置イメージ：飲食店の個室で“視界に入る”

個室トイレの壁面・洗面台に10インチのデジタルサイネージを設置。人感センサーで入室時に広告が自動再生されます。



入室して座ると画面が表示。
視線高に合わせて設置。



30秒動画でサービス・商材を訴求。
音声付きで気づきやすい。



画面内QRから予約・登録・クーポン取得へ即アクション
キャンペーンと掛け合わせることでさらに遷移率UP。

視聴数の考え方：来客がそのまま「接触」になる

「何人に見られるか」ではなく「何分の強制視聴が、同じ人に何回届くか」。



$$\text{視聴数} = \text{月間来客数} \times \text{トイレ利用率 } 70\% \times \text{個室トイレ利用率 } 78\%$$

利用率はいずれも自社アンケート調査 (n=1,000) の実測値。「店舗が持つ確かな来客数」を起点に、調査データで裏づけた根拠ある視聴数を算出します。

※ 当社管理店舗の月間来客数は、おおむね 1,000~4,000人。上記は標準的な居酒屋店舗(2,000人)を例にした試算です(小数点以下四捨五入)。

※ 人感センサーで実数を把握。下式で「実際に画面の前に座る人数」を視聴数とする。

料金プラン：来店規模で決まる固定月額

月額料金 = 来店規模に応じた固定月額(視聴数 × 25円を基準に設計 / 最低保証 30,000円)

料金プラン一覧(チェーン店・個人店 一律)

料金プラン	Sプラン	Mプラン	Lプラン	XLプラン	
月額(税別)	¥30,000	¥30,000	¥41,000	¥54,600	

来店レンジ

S/M: ~2,500人 ¥30,000

L: ~3,500人 / XL: 3,501人~ ¥41,000 / ¥54,600

来店規模(月間来客数)に応じて月額が決まります。チェーン店も個人店も同じ料金体系。
視聴単価25円を基準に設計し、最低保証30,000円を下限としています。

試算例 | 来客3,000人 → 視聴数1,638回 → Lプラン → 月額 ¥41,000 / 店

料金プラン：来店規模別の固定月額

当社管理店舗の実データ(月間来客 1,000~4,000人)に基づく、来店規模別の固定月額プランです。

想定店舗	月間来客数	適用プラン	備考	想定視聴数	月額料金 / 店
小規模店(カフェ・丼屋など)	1,000人	Sプラン	個人店も同額	546回	¥30,000
標準店(居酒屋など)	2,000人	Mプラン	最低保証適用	1,092回	¥30,000
人気店(焼肉・繁盛居酒屋)	3,000人	Lプラン	—	1,638回	¥41,000
大箱・複数個室店	4,000人	XLプラン	—	2,184回	¥54,600

複数店舗パッケージ・長期出稿はボリューム調整が可能です。エリア・業態を組み合わせ、貴社商材に最適な配信プランをご提案します。

業態別ターゲット：誰に・何を売るか

人前で検索しづらい・相談しづらい商材ほど、1対1の閉鎖空間が効く。広告予算も大きい領域。

業態	主な来店層		相性の良い商材	QR遷移率(目安)
bar	20～40代・夜遊び・単独・可処分所得高		出会い系・マッチング / コンプレックス商材 / 高級美容	4.0%
居酒屋	30～40代男性中心・仕事帰り・リピーター		AGA・デリケートゾーン（発毛治療・専用ケア用品） / 育毛 / メンズ美容 / マッチング / 人材派遣	3.2%
レストラン	20～40代・デート/家族・美意識高		美容医療・クリニック（湘南美容・東京美容・韓国美容系） / 脱毛 / 化粧品 / マッチング	3.4%
焼肉屋	30～50代・会食/家族・可処分所得やや高		医療クリニック（矯正歯科・ホワイトニング） / サプリ / 金融 / 美容医療	3.0%
カフェ	20～30代・学生～若手・女性多め		自己投資・学習（TOEIC・学習/AIアプリ・引越し） 新卒採用 / 美容 / マッチング / サブスク	3.0%
丼屋	20～40代男性・単身・回転速い		転職 / 新卒採用（チェーン店来店者＝採用候補層） / 金融・債務整理 / AGA	2.8%

※ QR遷移率は媒体特性に基づく参考値。夜利用・単独利用の業態ほど、デリケート商材の反応が高い傾向にあります。

1,000名のアンケートが裏づける、個室トイレ広告の実力

調査ツール「サクリサ」 | 飲食店トイレ・サイネージ広告に関する意識調査 | 全国 n=1,000

78.3%

飲食店でトイレを使う人のうち
個室トイレを利用

58.2%

「個室で一人になり
画面に意識が向く」と回答

No.1

短時間で内容を理解しやすい
広告環境として最多支持

37.3%

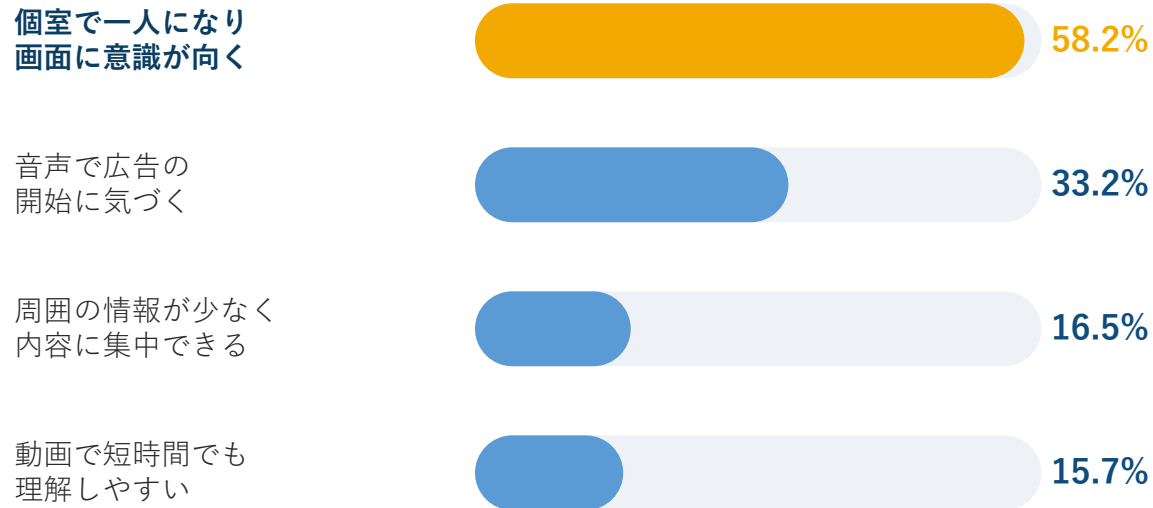
繰り返し来店時に
広告への関心が高まる（最多）

以降のページで、各データの詳細を広告効果の観点からご説明します。

「閉鎖空間だから、伝わる」を数字で実証

個室トイレ広告に気づきやすい理由

Q. 音声付き動画広告が再生された場合、気づきやすいと思う理由（複数回答 / n=1,000）



短時間で理解しやすい広告環境 No.1

Q. 短時間で内容を理解しやすいと感じる広告環境（単一回答 / n=1,000）



約6割が「一人になることで画面に意識が向く」と回答。
テーブル広告・スマホ広告・屋外ビジョンを抑え、“伝わりやすさ”で最多支持を獲得しました。

飲食店だから、何度でも届く。反復が効く媒体

飲食店はリピート来店が前提の業態。

同じ来店者に繰り返し接触でき、1回では届かないメッセージも“反復”で記憶と関心に定着させられます。

リピート来店の実態

Q. 最もよく行く店舗への直近1カ月の来店回数 (n=1,000)

月2回以上 再来店 31.3%

約3人に1人が、同じ店に月2回以上来店。さらに10回以上の常連も一定数存在します。

複数回見ることで起こる変化

Q. 関心に合う広告を複数回見た場合の行動 (複数回答 / n=1,000)



繰り返し来店時に広告関心が高まる人は 37.3% (全タイミング中で最多)。

リピーターへの反復配信は、1回きりの屋外・Web広告にはない“積み上げ型”の到達を生みます。

“その場で確認したくなる”商材と行動

詳しい情報を確認したくなる商材 TOP

Q. 個室トイレの動画広告で詳細を確認したくなる商品・サービス（複数回答 / n=1,000）



広告接触後のアクション意向

53.0%

興味があれば最後まで／QRまで確認する

40.1%

流れた動画の内容をその場で見る

28.3%

商品名を覚えて後から検索する

※ Q10・Q11（複数回答含む）より、関心に合う広告への能動的な確認・想起行動が広く見られました。

配信スペック：30秒動画 × QR動線



設置位置

個室 壁面



放映フォーマット

30秒 動画広告



ロール構成

2分ロール



配信時間

営業時間中



視聴環境

1対1・強制視認



動線

画面内QR → LP/予約/登録

接触設計：認知 → 行動までを個室で完結 ※人感センサーにて広告配信を自動開始

個室に入室



30秒動画で訴求



QRコードを表示



スマホで即アクション

導入チェーン一覧（飲食店チェーン）

実店舗での配信ネットワークを、随時拡大中です。



焼肉ここから

焼肉・ホルモン

元祖厚切り塊肉と新鮮ホルモン。20～40代男性中心・リピーター多めの大衆焼肉。



0秒レモンサワー ときわ亭

焼肉（ホルモン酒場）

0秒レモンサワー&仙台ホルモン。若者～30代、グループ利用の多い活気ある酒場。



大阪焼肉・ホルモン ふたご

焼肉・ホルモン

はみ出るカルビが名物。20～40代・デート/会食・リピート率の高い人気焼肉店。

※ 上記のほか、複数チェーンと導入協議を進行中。最新の配信可能店舗は担当までお問い合わせください。

導入企業一覧（予定含む） ※飲食店チェーン店

他企業様含めて導入店舗、随時拡大中！





月間視聴数

来客数 × 70% × 78%。確実な広告接触の総量。



QR遷移数

視聴数 × QR遷移率。個室の集中環境で高反応。



LP到達 / 予約・登録数

遷移先での具体的アクション。実効果を可視化。



推定接触単価 (CPV)

広告費 ÷ 視聴数。費用対効果の基準値。

「どれだけ多くの人に出したか」ではなく、「**どれだけ深く・確実に届いたか**」。

個室トイレは“質”で評価する高関与メディアです。

ご契約から配信までの流れ



①

お申込み

出稿エリア・業態・店舗数・期間を確定し、個別申込書を取り交わします。



②

素材入稿

30秒の動画素材をご入稿。
掲載規定に沿って
審査・調整を行います。



③

配信開始

対象店舗のサイネージへ一斉配信。
2分ロールに組み込みます。



④

レポート

視聴数・QR遷移などの実績を、
月次でご報告します。

入稿規定(尺・解像度・表現基準)は、お申込確定後にご案内します。
審査により表現の修正をお願いする場合があります。

ご出稿にあたっての注意事項

- 1 お申込みのキャンセル**

受領確認後のキャンセルは承っておりません。
掲載をお取りやめの場合も、料金はそのままご請求いたします。
- 2 内容の変更**

各メニューの料金・枠数・在庫・仕様は予告なく変更される場合があります。
最新の状況は必ず担当までご確認ください。
- 3 配信の中断・免責**

火災・停電・天災等の不可抗力、定期メンテナンス・移管、当社の責によらない不具合等で配信されない時間が生じる場合があります。月間48時間を超えない中断、及び24時間以内に配信回復した場合は免責とします。
- 4 料金の表示**

記載の料金はすべて税抜価格です。別途、消費税及び地方消費税を申し受けます。
- 5 ユーザー環境**

ユーザーのアクセス環境・機種・OSバージョン等により、配信されない・正しく表示されない場合があります。

広告掲載規定①：お断りする広告

弊社が掲載に不相当と判断した場合、掲載をご遠慮いただく場合があります。競合排除・競合調整は行っておりません。
お断りする業種例：消費者金融／非科学的広告／ダイヤルQ2／在宅ワーク／ねずみ講／ネットワークビジネス／風俗。
※ 美容整形・エステ等のコンプレックス系は、本媒体の特性に適合するため、個別審査のうえ可否を判断します。

1. 広告主が明らかでなく、責任の所在が不明なもの
2. 法令・条例・公正競争規約に違反、又はそのおそれがあるもの
3. 許可・認可のない広告主によるもの
4. 詐欺的なもの、誤認を生じさせる又は虚偽であるもの
5. 医療・医薬品・化粧品で効能効果等が未承認のもの
6. 暴力・賭博・麻薬・売春等を肯定/美化するもの
7. 詐欺的又は健全性を欠いた経済行為に係るもの
8. 宗教団体の勧誘又は布教活動に係るもの
9. 国家・民族等の尊厳を傷つけるおそれのあるもの
10. 選挙運動・公職選挙法に抵触するおそれのあるもの
11. 醜悪・残虐、知財侵害、名誉毀損、非科学的等を含むもの
12. その他、弊社が不適切と判断したもの

広告掲載規定②：掲載できない表現・内容

1. 社会通念上、不適切と解釈される表現・内容
2. 本人の承諾のない個人情報(公開された著名人情報を除く)
3. アダルト画像・動画、出会い系関連の表現及びリンク
4. ねずみ講・ネットワークビジネス(MLM等)の勧誘等
5. 出合いを目的とする、又はそれを助長する内容
6. 他人を専ら誹謗・中傷・侮辱する内容
7. 人種・性別・信条・身体的特徴・病歴等による差別表現
8. 虚偽の事実を内容とする記事
9. 第三者の著作権を権利者の許可なく転記した内容
10. ユーザー投稿コンテンツを主たる内容とするもの
11. その他、公序良俗に反し、又は甲が不適切と判断する内容

人目を気にせず見られる場所こそ、
デリケート商材が最も深く刺さる。

個室トイレサインージで、貴社の「届けにくい価値」を確実に届けます。

お問い合わせ・お申込み

デジレップ株式会社（媒体運営）



DIGI REP

COLLABORATIVE SYNERGY